

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

### **Arbitrážny nález**

Arbitrážna komisia Rady pre reklamu (ďalej len „Komisia“) ako orgán Rady pre reklamu (ďalej len „Rada“) príslušný podľa článku 5, druhej hlavy I. časti Etického kódexu reklamnej praxe (ďalej len „Kódex“) postupom podľa čl. IV Rokovacieho poriadku Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „Poriadok“) vydáva v súlade s čl. V ods. 1 a 2 Poriadku tento

### **n á l e z :**

**Reklamná kampaň (TV spot, web stránka zadávateľ'a) „Okamžitá zľava v hodnote DPH“  
zadávateľ'a : XLSK Nábytok s. r. o.**

**nie je v rozpore**

**s ustanoveniami Kódexu**

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres Bratislava voči TV spotu a on-line reklame „Okamžitá zľava v hodnote DPH“ zadávateľ'a:

XLSK Nábytok s. r. o. Sťažovateľ poukazuje na to, že v reklame sa hovorí, že zákazníci dostanú zľavu v hodnote DPH. Sťažovateľ vyjadruje názor, že väčšina ľudí z reklamy pochopí, že dostane zľavu 20% z ceny tovaru. Skutočná zľava je však len 16,67%, pretože sa jedná o výšku DPH zo základu dane. Bežný človek nemá skúsenosti s výpočtom cien tovaru, ani s výpočtom DPH a vníma DPH ako celkovú sadzbu v hodnote 20%. Reklama tak môže vyznieť, že výška zľavy, ktorú zadávateľ poskytuje je v skutočnosti vyššia než aká je v skutočnosti. Tiež sa v reklame uvádza, že akcia platí "takmer na všetko". Až na webe sa človek dozvie, že "Neplatí na tovar v akcii, tovar označený ako „Cenový trhák“, „1+1 zdarma“, „Reklama“, „Výpredaj“, „Sale“, „% Akcia“ „Top ponuka“. Sťažovateľ dodáva, že zľava sa teda nevzťahuje "takmer na všetko" a zaujímalo by ho, na aký tovar táto zľava vlastne platí a čo Mobelix považuje za "takmer na všetko". Podľa sťažovateľ'a je reklama zavádzajúca a prekrúca informácie o podmienkach tejto akcie.“

Zadávateľ, prostredníctvom svojho povereného právneho zástupcu, v rámci svojho stanoviska uvádza, že podľa neho je predmetná reklama plne súladná s Etickým kódexom reklamnej praxe vydaným Radou pre reklamu, rozhodovacou praxou Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu, ako aj so všeobecne záväznými právnymi predpismi platnými a účinnými na území Slovenskej republiky. Podľa zadávateľ'a predmetná reklama nie je v žiadnom prípade v rozpore s dobrými mravmi, pravidlami hospodárskej súťaže, nie je spôsobilá privodiť ujmu inému sťažiteľ'ovi alebo spotrebiteľ'om a v žiadnom aspekte nenarúša princípy pravdivosti, slušnosti, čestnosti a poctivosti, rešpektujúc pritom zásady reklamnej praxe, všeobecné a podnikové etické normy, a najmä osobitné požiadavky na reklamu, čo si zadávateľ reklamy dovoľuje odôvodniť a preukázať nižšie uvedenými skutočnosťami. Zadávateľ ďalej dodáva, že sťažovateľ neuviedol presne, aké porušenie pravidiel Kódexu vidí v predmetnej reklame, avšak domnieva sa, že sťažovateľ mal v danom prípade na mysli pravdivosť tvrdení v reklame. Zadávateľ považuje uvedený názor sťažovateľ'a za nesprávny, nakoľko sú podľa neho v reklame všetky použité tvrdenia pravdivé a plne zodpovedajú skutočnosti a možnostiam nákupu v spoločnosti XLSK Nábytok v predajniach značky Möbelix vo vzťahu k akcii „Okamžitá zľava v hodnote DPH“. Podľa zadávateľ'a je v záujme zachovania objektívnosti nutné pri posúdení reklamy zohľadniť predpokladané vnímanie bežne informovaného a primerane pozorného a obozretného priemerného spotrebiteľ'a a nezakladať ho na subjektívnom názore jednej osoby. V tomto prípade sa dá podľa zadávateľ'a predpokladať, že bežný spotrebiteľ ako nakupujúci jasne a zrozumiteľne vníma obsah reklamy s jednoznačným významom, že spoločnosť XLSK Nábytok ponúka zľavu na tovar, ktorej výška

je 16,67% z celkovej pôvodnej predajnej ceny tovaru, ako je uvedené v právnom texte k tejto reklamnej akcii. Zadávateľ ďalej uvádza, že predmetná akcia bola na webe spoločnosti uvedená nasledovne: „Akcia „Okamžitá zľava v hodnote DPH“ platí pre majiteľov Karty výhod od 18.10. do 20.10.2024 v predajniach a online. Neplatí na tovar v akcii, tovar označený ako „Cenový trháč“, „1+1 zdarma“, „Reklama“, „Výpredaj“, „Sale“, „% Akcia“ „Top ponuka“. Odpočet DPH znamená účinnú zľavu 16,67 % z celkovej pôvodnej predajnej ceny tovaru. Z právnych dôvodov nemôže Möbelix odpočítať DPH. Pokladničný blok bude obsahovať DPH. Neplatí na skôr vytvorené kúpne zmluvy. Zľavy nemožno kumulovať, na jeden nákup platí iba jeden kupón. Neplatí na služby, dopravu ani plánovateľné projekty, skriňový systém „Unit“, tovar značky „Based“, kuchynské spotrebiče, drezy a vodovodné batérie. V predajni sa preukážte Kartou výhod a kupónom z letáku. V e-shope v košíku zadajte kód: DPHS5.“ Zadávateľ ďalej uvádza, že v zadanej reklame bola uvedená akcia slovami „Okamžitá zľava v hodnote DPH“, čo považuje za významné na vysvetlenie a informovanie zákazníkov, nakoľko hodnota DPH sa nerovná výške DPH. Hodnota DPH je práve tá výška zľavy, ktorá je uvedená v právnom texte k reklame a zákazníkom bola zľava v hodnote DPH aj reálne poskytovaná. Výška sadzby DPH je 20%, takto však zľava v reklame nebola koncipovaná. Zadávateľ uvádza, že pozná rozhodovaciu prax Rady pre reklamu v marketingových akciách zameraných na poskytovanie zľavy vo výške DPH, ktoré Rada pre reklamu považovala za nesúladne s Kódexom. Zadávateľ má za to, že reklama je súladná s Kódexom a nie je pre priemerného spotrebiteľa zavádzajúca, a to aj s prihliadnutím na vysvetlenie fungovania akcie a uvedenie presnej výšky zľavy pre spotrebiteľa v rámci tejto akcie, kde sa výslovne uvádza „Odpočet DPH znamená účinnú zľavu 16,67 % z celkovej pôvodnej predajnej ceny tovaru.“ Podľa zadávateľa je táto informácia pre spotrebiteľa jednoznačná, určitá a nezameniteľná. V súvislosti s námietkou sťažovateľa, že z predmetnej akcie bolo veľa výnimiek a nie je teda pravdivé tvrdenie, že zľava sa poskytuje „takmer na všetko,“ zadávateľ konštatuje, že v spoločnosti XLSK Nábytok v predajniach značky Möbelix často prebiehajú vedľa seba rôzne marketingové akcie, ktoré sú prirodzenou súčasťou podnikateľskej činnosti každého podnikateľa. Výnimiek sa môže javiť na jednej strane veľa, na druhej strane je to podľa názoru zadávateľa bežne zaužívaná prax, že zľavy na tovary sa nekumulujú, ale prebiehajú vedľa seba. Z uvedeného dôvodu bolo potrebné vymenovať všetky súčasne prebiehajúce akcie, na ktoré sa akcia „Okamžitá zľava v hodnote DPH“ nevzťahovala. Podľa zadávateľa si je priemerný spotrebiteľ vedomý, že akcie sa takmer nikdy nekumulujú. Práve za účelom čo najpodrobnejšej informovanosti spotrebiteľov uvádza zadávateľ v právnom texte k reklamnej akcii vždy všetky súčasne prebiehajúce akcie, na ktoré sa aktuálne prebiehajúca akcia nevzťahuje. Tieto informácie sú vždy uvedené ako na webovej stránke spoločnosti XLSK Nábytok, značky Möbelix, tak aj v letákoch. Rovnako v rámci TV spotu bol ako je zvykom spotrebiteľ informovaný, že podrobnejšie informácie prebiehajúcej akcie nájde na webe spoločnosti. V rámci údernosti TV reklamy a ako aj úhrady za vysielací časť reklamy inzerovanej v televízii nie je podľa zadávateľa nevyhnutné ani bežné uvádzať v TV reklame všetky podrobné informácie. V tomto smere nemá zadávateľ pochybnosti o správnom porozumení reklamy bežnými spotrebiteľmi, nakoľko ide podľa neho o bežnú a už dlhodobo zaužívanú prax podobného typu reklám, ako spoločnosťou XLSK Nábytok, tak aj inými podnikateľmi. Zadávateľ považuje názor sťažovateľa, že je reklama zavádzajúca a prekrúca informácie o podmienkach tejto akcie ako nesprávny názor, nakoľko predmetná reklama nie je v žiadnom prípade zavádzajúca. Podľa zadávateľa sú rovnako ako predchádzajúce, tak ani tieto ďalšie tvrdenia sťažovateľa pravdivé a reklama „Okamžitá zľava v hodnote DPH“ predstavuje štandardnú marketingovú komunikáciu, ktorá je v súlade so všetkými pravidlami reklamy. Zadávateľ uvádza, že: „Spotrebiteľ je v právnom texte reklamy informovaný/oboznámený: s presnou výškou zľavy vo výške 16,67 % z celkovej pôvodnej predajnej ceny, s vysvetlením čo znamená odpočet DPH z predajnej ceny, s časovým obdobím trvania akcie, s uvedením kde táto akcia platí, s uvedeným kto si môže túto akciu uplatniť, s postupom ako si môže túto zľavu uplatniť, s výnimkami z akcie - na aké iné súčasne prebiehajúce akcie sa akcia „Okamžitá zľava v hodnote DPH“ nevzťahuje. V súlade s vyššie uvedeným je zadávateľ reklamy presvedčený, že výhrady sťažovateľa nemožno považovať za dôvodné.

Zadávateľ dodal, že si uvedomuje, že pravdepodobne neexistuje nik, kto by z času na čas nezapochyboval o etických alebo morálnych štandardoch reklám, avšak podľa neho predmetná sťažnosť uvádza nesprávny a navyše len subjektívny názor sťažovateľa, ktorý nezodpovedá objektívnemu posúdeniu danej reklamy. Nakoľko aj vzhľadom k vyššie uvedenému nie sú podľa zadávateľa naplnené predpoklady na priznanie ochrany adresátov reklamy, dovoľuje si navrhnúť Arbitrážnej komisii Rady pre reklamu ako orgánu Rady pre reklamu príslušného podľa článku 5, druhej hlavy I. časti Etického kódexu, aby postupom podľa čl. IV Rokovacieho poriadku Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej ako „Poriadok“) vydala v súlade s čl. V ods. 1 a 2 Poriadku negatívny arbitrážny nález, v zmysle ktorého predmetná Reklama spoločnosti XLSK Nábytok nie je v rozpore s ustanoveniami Kódexu.

### **Popis reklamy:**

#### **TV spot:**

Reklamný spot začína záberom na nadšený výraz tváre osoby, mladej ženy, oblečenej v ružových šatách, ktorá sa nachádza v interiéri, ktorý je celý zariadený v ružových farbách. Súčasne voice over hovorí: „Paráda! Pink shopping je stále tu.“ V pravom hornom rohu je uvedené: „Pink\* Shopping týždeň“, v ľavom dolnom rohu je uvedené: „\*Týždeň ružového nakupovania,“ v pravom dolnom rohu je uvedené logo Möbelix. Žena ide k ružovému kreslu, zároveň voice over pokračuje: „Príďte si teraz pre okamžitú zľavu v hodnote DPH.“ Žena si sadá do ružového kresla. Na obrazovke sa objaví v ľavom hornom rohu ružový kruh s textom: „Okamžitá zľava v hodnote DPH Piatok-Nedeľa“ a vedľa menší modrý kruh s textom: „Takmer na všetko,“ ktorý sa zmení na: „Tiež online.“ Voice over pokračuje: „Platí s Möbelix kartou výhod.“ V závere je prestrih na logo Möbelix na modrom pozadí, nad ktorým je v ružovej bubline text: „Bod'že IN“ a v pravom dolnom rohu je ružový bod s textom: „Splátky s 0% navýšením.“ V spodnej časti je text: „Viac informácií na [mobelix.sk](http://mobelix.sk). Voice over dodáva: „Möbelix, bud'že in“ a ozýva sa pískanie.

#### **Web stránka zadávateľa:**

Na vizuálne reklamného banneru na webstránke [www.moebelix.sk](http://www.moebelix.sk) je zobrazená žena so šťastným výrazom na tvári, vedľa ktorej je text: „Okamžitá zľava v hodnote DPH, 18.-20.10.2024 v predajniach a online,“ v ružovej bubline je text: „s kódom DPHS5“. V ľavom dolnom rohu je banner: „Nakupovať“ a pod ním banner: „K podmienkam.“ Po prekliknutí na podmienky je uvedené: „Okamžitá zľava v hodnote DPH. Akcia „Okamžitá zľava v hodnote DPH“ platí pre majiteľov Karty výhod od 18.10. do 20.10.2024 v predajniach a online. Neplatí na tovar v akcii, tovar označený ako „Cenový trháč“, „1+1 zdarma“, „Reklama“, „Výpredaj“, „Sale“, „% Akcia“ „Top ponuka“. Odpočet DPH znamená účinnú zľavu 16,67 % z celkovej pôvodnej predajnej ceny tovaru. Z právnych dôvodov nemôže Möbelix odpočítať DPH. Pokladničný blok bude obsahovať DPH. Neplatí na skôr vytvorené kúpne zmluvy. Zľavy nemožno kumulovať, na jeden nákup platí iba jeden kupón. Neplatí na služby, dopravu ani plánovateľné projekty, skriňový systém „Unit“, tovar značky „Based“, kuchynské spotrebiče, drezy a vodovodné batérie. V predajni sa preukážte Kartou výhod a kupónom z letáku. V e-shope v košíku zadajte kód: DPHS5“.

#### **Názor Komisie:**

Komisia preskúmala sťažnosť a dôkazový materiál a na základe skutočností, ktoré sú jej známe a z dostupných informácií dospela k týmto záverom:

V zmysle Kódexu reklama nesmie obsahovať žiaden údaj ani prezentáciu, ktoré by mohli zavádzať spotrebiteľa či už priamo alebo nepriamo, pričom osobitná pozornosť sa vyžaduje okrem iného pri prezentácii alebo inom informovaní o ekonomickej alebo finančnej hodnote produktu konečnej cene alebo podmienkach bezplatnej ponuky (čl. 14 ods. 5 písm. b) Kódexu). Komunikačným posolstvom predmetnej reklamnej kampane bola propagácia akciovej ponuky „Okamžitá zľava v hodnote DPH“. Je pravdou, že zadávateľ v rámci TV reklamy neuvádza

explicitné číselné vyjadrenie výšky predmetnej zľavy, avšak Komisia sa nedomnieva, že priemerný spotrebiteľ si túto bude odvodzovať od výšky DPH (v sume 20%), nakoľko v reklame je zrozumiteľne a jasne uvedené, že zľava je poskytovaná v hodnote DPH. Reklama taktiež odkazuje na web stránku zadávateľa, kde je o.i. výška zľavy uvedená a zákazník tak dostane jednoznačnú informáciu o tom, že „odpočet DPH znamená účinnú zľavu 16,67 % z celkovej pôvodnej predajnej ceny tovaru“. Komisia sa preto nedomnieva, že by reklama obsahovala údaj alebo prezentáciu, ktoré by mohli byť vo vzťahu k ekonomickej alebo finančnej hodnote produktu zavádzajúce.

Napriek tomu si však Komisia dovoľuje zadávateľovi do budúcnosti odporučiť, aby v prípade opätovnej komunikácie takto nastavenej zľavovej akcie, pri ktorej by chcel využiť DPH ako všeobecne známu skutočnosť, uviedol aj výšku zľavy explicitne, formou číselného vyjadrenia aby nemohlo dôjsť k zámene hodnoty a výšky resp. sadzby DPH s hodnotou DPH, ktorá je nižšia ako sadzba, aj priamo do reklamného spotu, ktorý priestor na túto informáciu, s ohľadom na svoj rozsah poskytuje a umožňuje tak jednoznačne prezentovať výšku zľavy aj priamo v rámci tohto komunikátu.

Vo vzťahu k námietke, že v rámci spotu bolo uvedené, že akcia sa vzťahuje „takmer na všetko“, pričom na web stránke je zákazník informovaný o skutočnostiach, že akcia neplatí pre vybrané akciové tovary, Komisia pri posudzovaní prihliadala na skutočnosť, že uvedené je bežnou praxou a zaužívaným postupom, ktorý sa v rámci komunikácie akcií uplatňuje, a teda, že akcie nie je obvykle možné kumulovať, o čom je zákazník podrobne informovaný práve v rámci web stránky a Komisia v tomto smere nevníma tvrdenie použité v reklame za klamlivé, či zavádzajúce.

**Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 7. 11. 2024 hlasovaním rozhodla, že reklamná kampaň (TV spot, web stránka zadávateľa) „Okamžitá zľava v hodnote DPH“, zadávateľa: XLSK Nábytok s. r. o. nie je v rozpore s ustanoveniami Kódexu a sťažnosť sťažovateľa nie je opodstatnená.**

**Poučenie:**

Zadávateľ reklamy alebo sťažovateľ môžu požiadať Radu o preskúmanie nálezu v lehote do troch pracovných dní od odoslania nálezu, len ak zaplatia poplatok a

- a) vyšli najavo nové skutočnosti alebo dôkazy, ktoré mohli mať podstatný vplyv na posúdenie reklamy a nemohli sa v konaní uplatniť bez zavinenia osoby, ktorá o preskúmanie žiada,
- b) namieta sa porušenie Poriadku alebo
- c) namieta sa neoznámenie konfliktu záujmov niektorého člena Komisie.

Poplatok spojený s preskúmaním nálezu vo výške 30 EUR pre fyzickú osobu alebo 300 EUR pre právnickú osobu je potrebné uhradiť na č. účtu Rady: IBAN SK15 1100 0000 0026 2210 7629. Variabilný symbol: číslo sťažnosti uvedené v záhlaví tohto nálezu.

V Bratislave, dňa 15.11.2024

Mária Tóthová Šimčáková v.r.  
predsedníčka Komisie